

建設経済の最新情報ファイル

RICE monthly

RESEARCH INSTITUTE OF
CONSTRUCTION AND ECONOMY

研究所だより

No. 417

2023 12

CONTENTS

視点・論点『「行動変容」と「ナッジ」』	1
I. スペインの建設企業の海外展開	2
II. 2024年3月期（2023年度）第2四半期 主要建設会社決算分析	12
III. ひな人形に見る装束と風俗	24



一般財団法人 **建設経済研究所**

〒105-0003 東京都港区西新橋 3-25-33 フロンティア御成門 8F

Tel: 03-3433-5011 Fax: 03-3433-5239

URL: <https://www.rice.or.jp/>



「行動変容」と「ナッジ」 研究理事 久保田 誉

先日、あるIT企業のラボラトリの方々から、「行動変容」に関する研究活動事例について教えていただく機会があった。ある地域での資源循環（可燃ごみから生ごみを分別してバイオガス施設で活用）の促進を図るため、地域内のごみ袋販売所に、可燃ごみ焼却に要した年間経費を記したポスターを掲示し、それを見た住民の「損失回避行動」（生ごみを可燃ごみと分別してのごみ出し）を促すというものだ。ポスター掲示後、一週間あたりのごみ再資源化量が過去のごみ回収量の実績から算出した予測値と比較し15%近く増加したという結果が得られたという。

これは、「軽く肘でつつく」を意味する「ナッジ」¹（本ケースではポスター掲示）という行動科学の知見の活用により、人々がより良い選択を自発的にとる「行動変容」（本ケースでは住民が生ごみを分別してのごみ出しという「損失回避行動」）につながったというものだ。

このように、近年、「ナッジ」等の行動科学の知見を活用して社会課題の解決等を図る取組が広く進められている。そして、この手法は国の施策でも取り入れられつつある。例えば、国土交通省では、「都市のスポンジ化」への対応に向けて、審議会の小委員会報告で「ナッジ型の政策手法の導入（行動変容を促す情報発信）」について言及されている²ほか、公共交通の利用促進の分野では、「ナッジ」を活用した政策手法の調査検討を行っている³。地方公共団体レベルでは、国以上に活発に取り組まれているようである。また、関係省庁や地方公共団体、産業界や有識者等からなる「日本版ナッジ・ユニット

BEST（Behavioral Sciences Team）」（事務局：環境省）という枠組みも設立されている。⁴

「行動変容」に関連する話として、今夏、国土交通省が流域治水の推進に関する報告書を公表した。水災害が全国で毎年のように発生しているものの、地域住民自身の避難行動等の「行動変容」に十分にはつながっていない現実に対し、災害リスクについて知識を得るだけでなく、「自分事」として考え、実際の行動に移せる社会づくりが必要だとの問題意識からの報告である。「知る」「自分事と捉える」「行動」の3ステップがあり、「知る」と「行動」のギャップを埋める「自分事と捉える」ことが重要で、理解を深める機会やインセンティブの働きについて考える必要があるとしている。⁵だが、住民一人ひとりの意識と行動の問題であるがゆえに一朝一夕に進むものでもない。

現在、行政が取り組むべき課題は、官民が緊密に連携すべきことは勿論、この流域治水のように住民や地域自身も当事者・プレーヤーであり、その行動無しには解決しえない課題も多い。規制や経済的インセンティブといった従来型とは違う新たな政策アプローチの一つとして、「ナッジ」等の行動科学の知見をもっと積極的に取り入れていってもよいのではないかと。「ナッジ」の作り方一つとっても容易なことではなく、導入にあたり考えるべき課題は多いとは思いますが、まずは可能な場面で実践や研究を進め経験を積み上げていくことも大事だ。国土交通行政の様々な分野においても、この「ナッジ」を活用した取組が増えていくことを期待している。

1 「行動経済学の使い方」（大竹文雄著・岩波書店）

2 「都市計画基本問題小委員会 中間とりまとめ「都市のスポンジ化」への対応」（平成29年8月・社会資本整備審議会都市計画・歴史的風土分科会）

3 「令和2年度実施【「ナッジ」を活用した効果的な公共交通の利用促進手法に関する調査・検討業務】に関する実証調査、効果検証、周知・啓発業務 報告書」（令和4年3月・国

土交通省 中国運輸局）

4 環境省 HP

5 「水災害を自分事化し、流域治水に取り組む主体を増やす総力戦の流域治水をめざして」（令和5年8月・国土交通省水管理・国土保全局）

I. スペインの建設企業の海外展開

在スペイン日本国大使館

参事官

北村 洋二

1. はじめに

ヨーロッパ大陸の西、フランスからピレネー山脈を越えた先のイベリア半島にスペインがあります。日本との関係は、イエズス会のフランシスコ・ザビエル（スペイン・バスク地方出身）が宣教師として日本を訪れたことに始まります。その後、1584年天正遣欧少年使節団（九州のキリシタン大名による派遣）のフェリペ2世への謁見、1615年慶長遣欧使節団（伊達政宗による支倉常長等の使節団の派遣）のフェリペ3世に謁見など両国間の交流が行われていましたが、日本の鎖国体制が始まったことで一時中断していました。



その後、今から約150年前、1868年に日本スペイン修好通商航海条約が締結され、日本とスペインとの間に外交通商関係が樹立されたことで、両国間の交流が再開し、以来、日本とスペインとの良好な関係のもと、様々な交流が培われてきています。

最近では、ガウディのサクラダファミリアなど近代建築やピカソのゲルニカなど近代美術の宝庫として、また、太陽の国スペインが有するイスラム文化の色濃く遺すアンダルシア地方のグラナダなど多くの観光客を魅了し欧州の中でも多くの日本人が訪問する国として、様々な分野での両国間の交流が広がっています。

一方、地理的に欧州の中で日本から遠く離れた場所に位置するスペインは、文化・観光面での魅力は広く知れ渡っていますが、スペイン経済の実情については理解が日本ではあまり進んでいないように思われます。

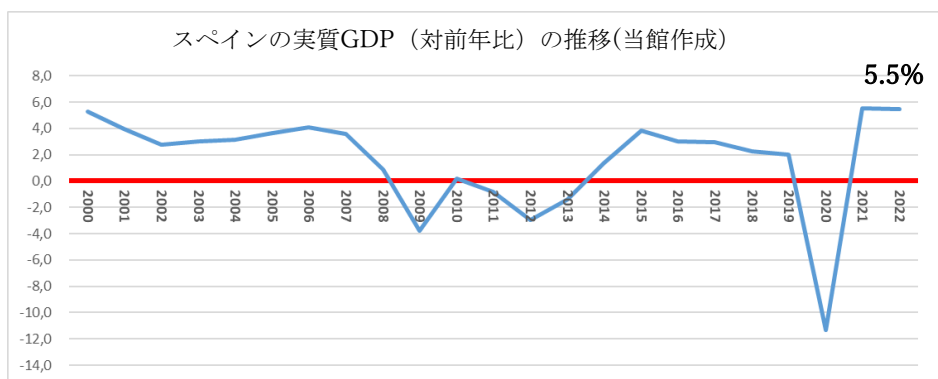
このため、ドイツ、フランス、イタリアに次ぐEU第4位の経済規模を有するスペインの概況に触れつつスペイン経済（特にインフラ整備を支える建設業の海外展開の状況）について紹介したいと思います。なお、本稿は筆者の個人的見解であり、所属組織の見解ではないことを申し添えておきます。

2. スペインの経済概況

スペインは、人口約4700万人（EU全体の約9%）、GDP約1.2兆ユーロ（1ユーロ160円換算で192兆円）を有し、人口・経済規模ともに独、英、仏、伊に次ぐ欧州

第5位の国（EUでは第4位）です。北部（バスク地方）やバルセロナのあるカタルーニャ州は古くから工業地帯として発展し、これらの地域を中心に、欧州の中でも比較的安い労働力を供給することができたことから、自動車製造業などの工場が多く立地（自動車生産台数はドイツに次ぐ欧州第2位）しています。

また、オリーブ（世界第1位）、ワイン（世界第3位）、漁業（漁獲量欧州第1位）など農水産業が活発であり、食糧自給率はカロリーベースで約8割となる欧州有数の農業大国として、日本へも豚肉、オリーブオイル、マグロなどが輸出されるなど、我々の生活に身近な存在でもあります。加えて、地中海沿岸のリゾート、バルセロナやグラナダなど世界有数の観光地を抱え外国人旅行者数が世界第2位（コロナ前の2019年）になるなど、GDPの12%を占める観光分野が国内経済の屋台骨になっている点も特徴的です。



スペイン経済を過去から振り返ってみると、1986年のEU加盟から1999年のユーロ導入を経て2008年のリーマン・ショックまで好調を維持してきたことで、その間の20年でGDPが約3倍に拡大し、国民生活水準を大きく向上させたことが経済規模拡大の大きな転換点となっています。

一方、リーマン・ショックの影響から2008年以降は、景気低迷による財政赤字の拡大、不動産バブル崩壊による金融機関の破綻、欧州債務危機への対応、失業の深刻化するなど経済的には厳しい状況にありました。

そのような中、2011年12月に発足したラホイ政権では、財政赤字削減（歳出削減と増税）、金融改革（金融機関再編と不良債権処理）、労働市場改革（解雇コストの引下げと若年労働者の雇用促進）、医療・教育・年金・地方行政等の制度改革に積極的に取り組むことで、スペイン経済は2013年度後半から回復基調に転じ、2019年の新型コロナウイルス感染症の発生前までスペイン経済のプラス成長が続きました。

2018年6月に発足したサンチェス政権では、財政安定化と福祉国家の再構築、経済成長の強化と質の高い雇用の創出に取り組んでいましたが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受け経済は悪化したことから、欧州復興基金を活用する「復興・改革・強じん化計画」を発表するなど、コロナ禍により打撃を受けたスペイン経済の経済構造改革及び雇用創出に取り組みました。

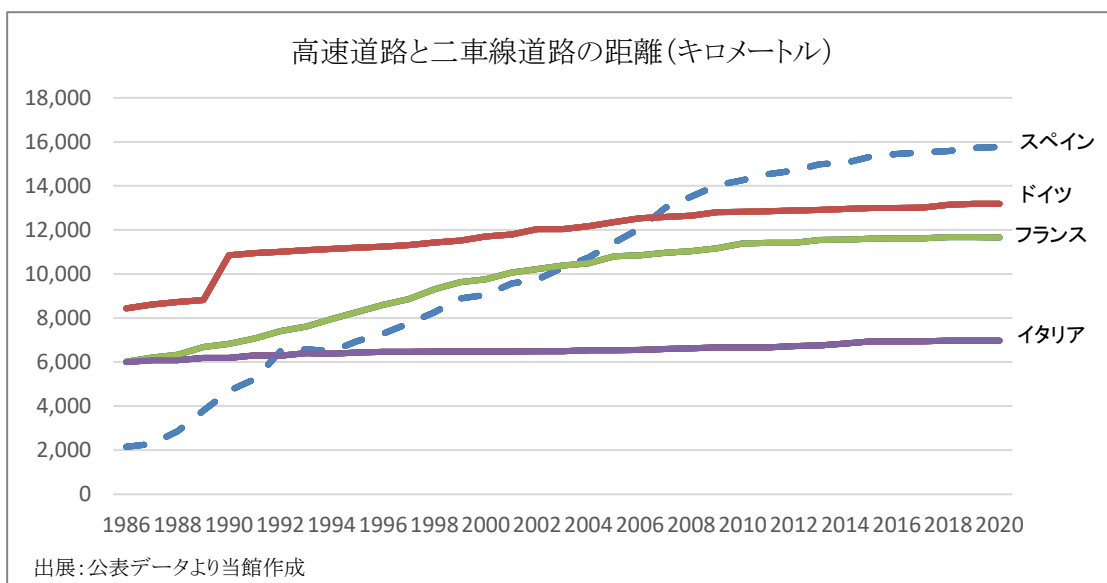
現在では、パンデミック後の好調な外国人旅行者の旅行消費の下支えなどにより、ロシアによるウクライナ侵攻やエネルギー価格上昇などのインフレの影響があるなか、スペイン経済は堅調を維持し、2022年にはGDPはパンデミック前の水準まで回復しました。

<スペイン基礎情報>

面積	50.6 万平方キロメートル(日本の約 1.3 倍)
人口	約 4,740 万人
首都	マドリード(人口約 328 万人)
言語	スペイン(カステージヤ)語 ※自治州での公用語として、バスク語、カタルーニャ語、ガリシア語、バレンシア語等がある。
宗教	主にカトリック
政体	議会君主制
元首	フェリペ6世国王(2014年6月19日即位)
議会	二院制(議席数:上院 265、下院 350)(両院共に任期 4 年、解散制度あり)
首相	サンチェス社会労働者党(PSOE)政権(2020年1月発足(第2期))(2023年10月時点)
主要産業	自動車、食料品、化学品、観光業
名目 GDP	約 1 兆 4,005 億ドル(2022 年)
一人当たりの名目 GDP	約 3 万ドル(2022 年)
経済成長率	-10.8%(2019-2020)、5.1%(2020-2021)、5.5%(2021-2022)
消費者物価上昇率	-0.3%(2019-2020)、3.1%(2020-2021)、8.3%(2021-2022)
失業率	15.5%(2019-2020)、14.8%(2020-2021)、12.9%(2021-2022)
貿易額	輸出:3,892 億ユーロ、輸入:4,573 億ユーロ(2022)
主要貿易相手国(2022 年)	輸出:フランス、ドイツ、ポルトガル、イタリア、ベルギー 輸入:中国、ドイツ、フランス、米国、イタリア
日西間主要貿易品目(2022 年)	日⇒西:自動車(31.5%)、鉄鋼(12.2%)、二輪自動車(5.9%) 西⇒日:豚肉(11.2%)、自動車(5.9%)、石油製品(4.8%)
日西間直接投資額(2022 年)	日⇒西:879 億円、西⇒日:128 億円
外国人旅行者数(2022 年)	日⇒西:12.4 万人、西⇒日:1.6 万人 (コロナ前の 2019 年は、日⇒西:67.8 万人、西⇒日:13.0 万人)

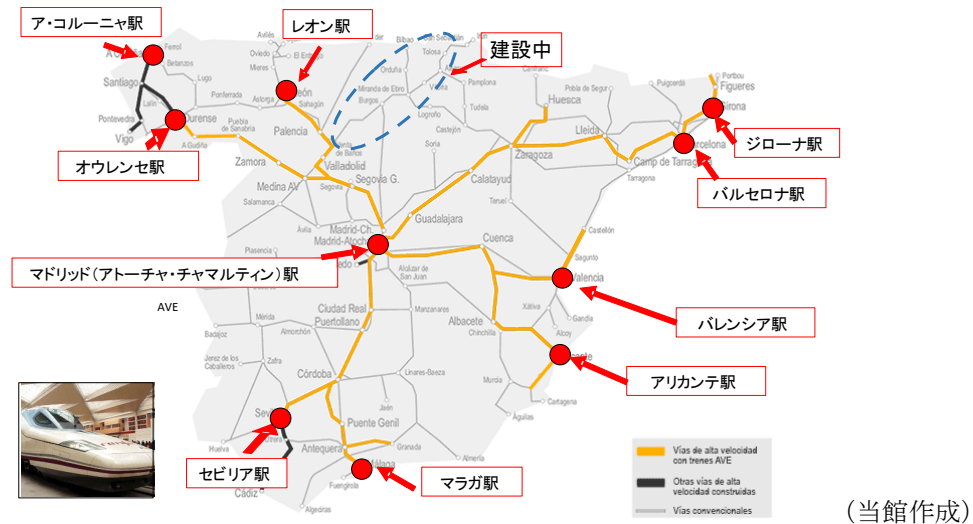
3. スペイン企業の海外展開の状況

広大なイベリア半島の各都市を結ぶスペインの高速道路等（多くが無料区間）の総延長は約1.6万キロ（2020年時点）でドイツやフランスなどよりも長いネットワークを構築しています。北部など一部山岳地帯があるものの、日本とは異なり橋梁・トンネルが少ないことも特徴です。



また、道路と同じく各都市を結ぶ鉄道ネットワークも、1992年にスペインで初となる高速鉄道がマドリード・セビージャ間で開通したことを契機に、現在では、路線総延長（在来線区間含む）で約4500キロと中国に次いで世界でも第2位となる高速鉄道ネットワークを整備（参考：新幹線の営業キロは約2700キロ）するに当たっています。

スペインの高速鉄道網



ネットワーク系のインフラはあくまで一例ですが、国内のインフラ整備が進むにつれて、インフラに関わる企業は、国内ではなく、より市場の大きい海外へ目を向けて比較的早い時期から海外へ進出し始めました。

例えば、外務・協力省国際経済関係局（当時）が2014年に公表した資料ではスペイン企業が参画する50の主なインフラプロジェクトが紹介されています。これによると、次表（スペイン企業が主に参画する海外のインフラプロジェクト一覧）に詳細は記載していますが、鉄道、エネルギー、道路（コンセッション）の分野を中心に多くの国でのスペイン企業の海外でのインフラプロジェクトへの参画が確認できます。

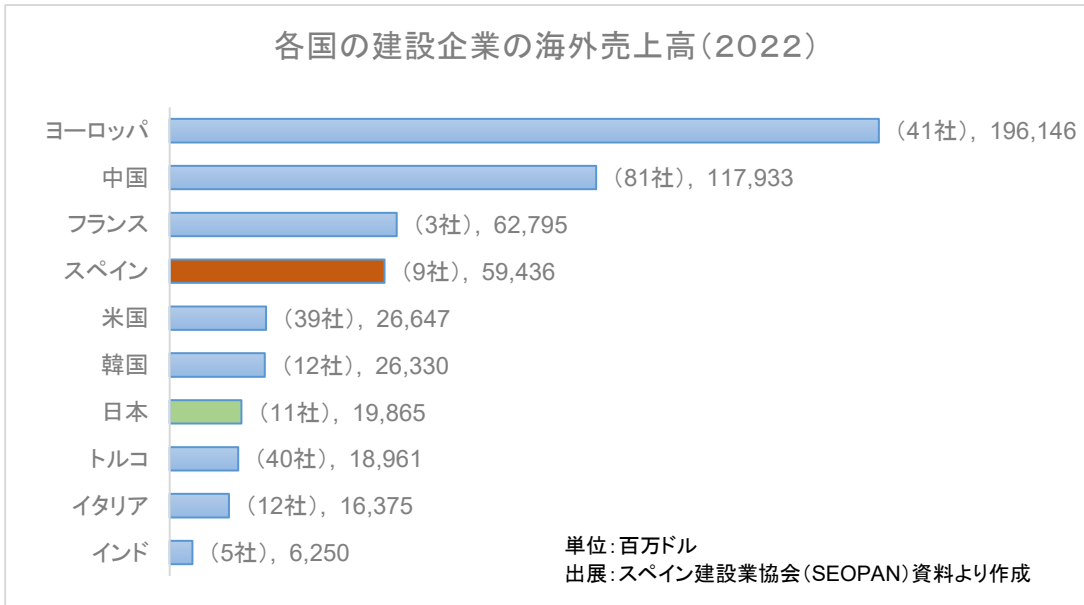
スペインのインフラに関わる企業が海外進出した当初は、中南米を中心とした4.7億人のスペイン語圏（うちアメリカ4千万人）及び法制度を含む文化的歴史的なつながり（中南米諸国とヨーロッパを繋ぐハブとしてスペインが機能）から、中南米への進出が多かったようですが、現在では北米など中南米以外の地域での活動が多くなっているようです。

また、鉄道車両メーカーのCAF（海外売上が全体の約9割）、世界4位の電力会社であるイベルロドーラ（太陽光発電は米国シェア第2位）、建設企業のACSグループ（海外売上高世界最大で同社の売上は海外が約9割）のように、特定の分野において海外での存在感が高いスペイン企業があることは特筆すべき点だと思います。

スペイン企業が主に参画する海外のインフラプロジェクト一覧						
	プロジェクト名	国名	金額 (百万€)	分野	スペインの参加企業	スペイン以外の参加企業
1	メッカ-メディナAVE (フェーズII)	サウジアラビア	6,736	鉄道	HISPANO-SAUDEへの参画 (RENFE, ADIF, INECO, TALGO, OHLなどスペイン企業12社(100%))	
2	リアド地下鉄	サウジアラビア	6,030	鉄道	FCC (35.8%)	
3	イースト・アングリア 1	イギリス	5,000	エネルギー (建設・運営)	IBERDROLA (50%)	VATTENFALL (50%)
4	リマ地下鉄	ペルー	3,900	鉄道	ACS (25%), FCC (19%)	
5	East West Link (道路)	オーストラリア	3,700	道路	EAST WEST CONNECTへの参画 (ACCIONA(33%))	CAPELLA CAPITAL, BOUYGUES
6	エーゲ海製油所	トルコ	2,555	エネルギー	TÉCNICAS REUNIDAS(33%)	SAIPEN(ITALY), GS(韓国), 伊藤忠
7	サン・ブリュック洋上風力発電所	フランス	2,500	エネルギー (建設・運営)	IBERDROLA(EOLIA MER DU NORD) (70%)	EOLE RES
8	パナマ運河	パナマ	2,479	土木 (海洋)	CANALへの参画 (SACYR(48%), INDRA)	
9	マカオホテル	中国	2,144	建築	ACS(100%)	
10	タララ製油所拡張工事	ペルー	2,105	エネルギー	TÉCNICAS REUNIDAS(100%)	
11	ダトゥン・サンズウェスト洋上風力発電所	イギリス	2,000	エネルギー (建設・運営)	IBERDROLA(SCHOTTISH POWER RENEWABLES)(50%)	DONG
12	シンドラ病院 (ドーハ)	カタール	1,841	建築	OHL(55%)	
13	マルマライCR3プロジェクト (鉄道)	トルコ	1,045	鉄道	OHL(70%), DEMETRONIC(30%)	
14	LAVイスタンブール・アンカラ鉄道	トルコ	655	鉄道	OHL(55%), CAF (鉄道車両)	
15	イズミット製油所	トルコ	1,700	エネルギー	TÉCNICAS REUNIDAS	
16	ジャザンGICCガス化設備	サウジアラビア	1,700	エネルギー	TÉCNICAS REUNIDAS	
17	ドーハ地下鉄	カタール	1,606	鉄道	OHL(30%), FCC	
18	ウィキンジャー洋上風力発電所	ドイツ	1,500	エネルギー	IBERDROLA RENOVBLES OFFSHORE DEUTSCHLAND(100%)	
19	モントレオールチャム病院	カナダ	1,460	建築	OHL(50%)	
20	ガス圧縮・処理ステーション	オーストラリア	1,367	エネルギー	ACS GROUP(HOCHTIEF/LEIGHTON/THIESS)(100%)	
21	ジュバイル輸出製油所	サウジアラビア	1,300	エネルギー	TÉCNICAS REUNIDAS	
22	パース・シティ・リンクプロジェクト (駅・バスターミナルの地下化)	オーストラリア	1,300	鉄道	ACS GROUP(50%)	Mirvac
23	ニュー・オルピタル高速道路	カタール	1,230	道路	ACS GROUP(HLG)(100%)	
24	マンハッタン・トンネルアクセス	米国	1,200	道路	ACS GROUP(DRAGADOS)(100%)	
25	ペンデラング石油精製及び石油化学統合プロジェクト (RAPID)	マレーシア	1,150	エネルギー	TÉCNICAS REUNIDAS(100%)	
26	スコットランド・フォース湾斜張橋	イギリス	1,116	土木 (橋梁)	ACS GROUP(DRAGADOS/HOCHTIEF)	
27	パナマ地下鉄	パナマ	1,112	鉄道	FCC(50%), AYESA, METRO DE BARCELONA, SENER	
28	ヴォルゴグラド製油所	ロシア	1,100	エネルギー	TÉCNICAS REUNIDAS	
29	US460高速道路バージニア	米国	1,070	道路	FERROVIAL(F.AGROMAN)	
30	ヒースロー空港 (ターミナルT2A)	イギリス	900	空港	UTE FERROVIAL AGROMAN(100%)	
31	407ETR高速道路トロント	カナダ	3,527	道路 (コンセッション)	FERROVIAL(CINTRA/F.AGROMAN)	
32	インディアナ高速道路	米国	3,180	道路 (コンセッション)	FERROVIAL(CINTRA/F.AGROMAN)	
33	XINGU・MACAPA通信ケーブル	ブラジル	2,560	通信	ISOLUX CORSAN(100%)	
34	ベテモンタナ・ベネタ高速道路	イタリア	2,258	道路	SACYR(50%)	
35	パース淡水化プラント	オーストラリア	2,000	水資源 (運営)	VALORIZA AGUA(50%), SACYR GROUP, TÉCNICAS REUNIDAS	
36	LB1エクスプレス高速道路 (テキサス)	米国	1,985	道路 (コンセッション)	FERROVIAL(CINTRA/F.AGROMAN)(51%)	
37	オタワライトレール	カナダ	1,600	鉄道	ACS GROUP(DRAGADOS IRIDIUMU)(40%)	
38	ノース・タラント・エクスプレス高速道路 (NTE) (テキサス)	米国	1,592	道路 (コンセッション)	FERROVIAL(CINTRA/F.AGROMAN)(56%)	
39	パーミングハム道路網	イギリス	1,580	道路 (コンセッション)	FERROVIAL(AMEY)(33.3%)	
40	シアトルSR99トンネル	米国	1,508	道路	ACS GROUP(DRAGADOS USA)	
41	ソラナプロジェクト/アリゾナ太陽エネルギー	米国	1,500	エネルギー	ABENGOA(100%)	
42	シカゴ・スカイウェイ高速道路	米国	1,452	道路 (コンセッション)	FERROVIAL(CINTRA)(55%)	
43	アンソニー・ヘンディ北東高速道路	カナダ	1,433	道路 (コンセッション)	ACS GROUP(HOCHTIEF/DRAGADOS)	
44	シェフィールド道路網	イギリス	1,414	道路 (管理)	FERROVIAL(AMEY)(100%)	
45	メキシコ市環状道路	メキシコ	1,386	道路 (コンセッション)	OHL GROUP(64%), INDRA	
46	407イースト延長ルート (トロント)	カナダ	1,329	道路	FERROVIAL(CINTRA/F.AGROMAN)(50%)	
47	A-30高速道路 (モントレオール)	カナダ	1,232	道路 (コンセッション)	ACCIONA CANADA(40%), ACS(GRAGADOS CANADA)(40%)	
48	モハベ・ソラール・プロジェクト (カリフォルニア)	米国	1,200	エネルギー (建設・運営)	ABENGOA(100%)	
49	SH130高速道路 (テキサス)	米国	1,084	道路 (コンセッション)	FERROVIAL(CINTRA/F.AGROMAN)(65%)	Zachry (米国)
50	ノース高速道路タラント・エクスプレス 35W (テキサス)	米国	1,050	道路 (コンセッション)	FERROVIAL(CINTRA/F.AGROMAN)(50%)	
出展)	スペイン外務・協力省資料 (2014年) https://www.ave.altavelocidad.es/Avcedario/pdf/%C3%91/Folletoempresasconstruyenesp.pdf					

4. スペインの建設企業の状況

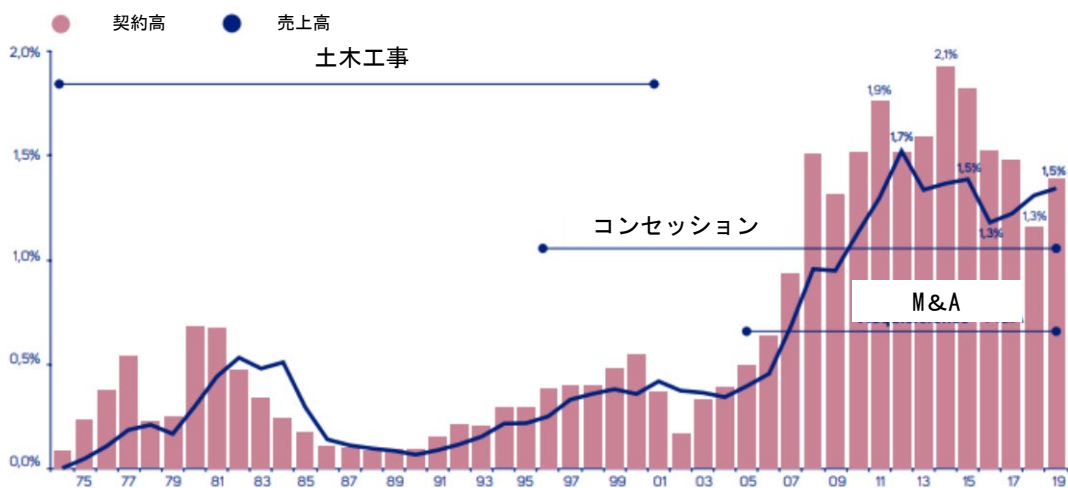
スペイン建設業協会 (SEOPAN (セオパン) : Asociacion de Empresas Constructoras y Concesionarias de Infraestructuras) によると、加盟企業40社の売上高約760億ユーロ (2022) のうち約8割は海外での売上高で、道路、橋梁、ダム、鉄道、空港、港湾、廃棄物処理場、水処理、電力、通信、病院など様々なインフラプロジェクトに関して、現在80以上の国で活動をしています。



上表(各国の海外売上高(2022))でも、スペインは、中国、フランスに次ぐ第3位に位置しているのがわかりますが、スペイン企業の海外売上高は世界の建設市場の約14%を占めています(日本は約5%)。

この結果、SEOPAN 加盟企業のデータにはなりますが、スペインの建設企業の国内売上高と海外売上高の比率が2:8と海外が占める割合が圧倒的に大きく、インフラ整備を担う企業の多くは海外でのインフラプロジェクトに軸足を置いている状況になっています。

SEOPAN加盟のスペインの建設会社(海外関連会社を除く)の海外売上高と契約の推移



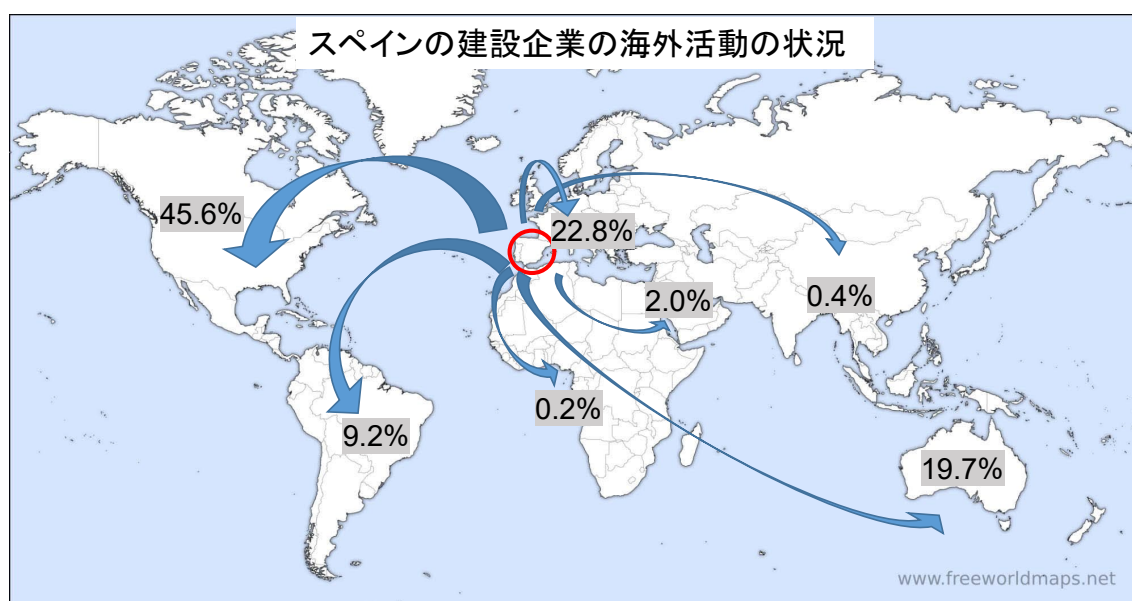
出展:スペイン建設業界資料に加筆

このように日本では一般的に知られていないスペインの建設企業の海外進出については、その歴史は意外と古く、スペイン国内のインフラ整備が一段落した1970年頃から、国内で培った技術・ノウハウを限られた国内市場ではなく、より広い海外市場に目を向け、海外でのインフラプロジェクトに挑戦したことが始まりといわれています。

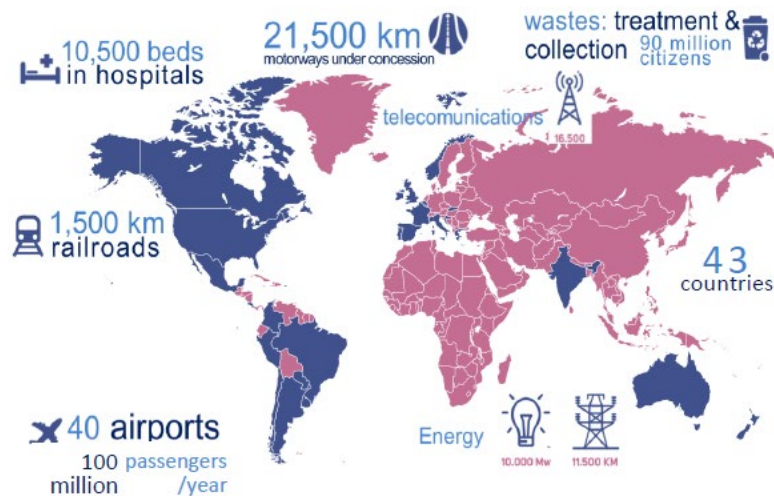
当初は、試行錯誤の苦勞をしながらも、歴史的・文化的につながりの強い中南米などへの進出を足がかりに、そこで培った経験から、現在では、北米、オーストラリアへも進出しています。

特に、北米やオーストラリアは、スペインの建設企業にとって進出しやすい市場ではなかったようですが、政治的・経済的なリスクがある中南米とは異なり中長期的に安定的にプロジェクトに取り組める市場ということから、北米の外国企業への建設工事発注の34%がスペイン企業（日本は約9%）によるもの、また、オーストラリアの外国企業への建設工事発注の約46%がスペイン企業（日本は約3%）とよるものとなるなど、これらの地域でのスペインの建設企業の存在感が高まっています。

一方で、中南米地域に関しては、低価格で競争をする中国企業の参入もありスペインの建設企業の売上高は現在減少傾向にあります（中南米地域での外国企業売上高の約25%が中国、約20%がスペイン）。



この結果、上図（スペインの建設企業の海外活動の状況）のように、スペインの建設企業は、約5割を北米で、約2割を欧州とオーストラリアで活動しているという状況になっています。



出展:スペイン建設業界資料より抜粋

また、スペインの建設企業の特徴は、コンセッションの経験が豊富であるということもあげられます。歴史的には、国内の高速道路建設をパブリック・プライベート・パートナーシップ形式で進めてきたことから、設計、施工計画、資金調達、施工管理、施工そのものも含め全て対応できる経験・ノウハウを獲得し、1980年代後半から国際競争力を高めるための取り組みも進められてきました。

現在では、1985年からの世界全体の総投資額（累計）約2600億ドルの45%となる1600億ドル（2018年）がスペインからの投資となるなど、官民連携の分野においてもスペインの建設企業の活動は活発であり、2018年には世界トップ10の5社がスペインの企業となるまでに成長しています。

5. おわりに

本稿では、スペイン企業の海外展開の状況を建設企業に焦点を当てて概観しました。スペインを訪れる日本人にスペインのイメージを聞くと、シエスタ（昼寝）、ラテン気質、フラメンコなどが挙げられるのですが、このことから、一昔前のイメージが未だ根強く残っているなど痛感します。

スペインに駐在しこの国の姿を近くで眺めると、スペインの建設企業の海外での活躍のように、5000万人弱の国内市場で培った技術・ノウハウをより大きな海外市場に向けて上手に活用することで、スペインの国際競争力を高めてきたスペインの別の姿が見えてきます。

インフラシステム海外展開は我が国の技術・経験・ノウハウを海外市場での稼ぐ力にするため政府をあげて取り組んでいるところです。はからずしも、国内市場が日本より小さいス

ペインの海外進出は日本より早く、苦労を重ねつつも現在の国際競争力を獲得したという歴史は、これからの日本のインフラシステム海外展開においては一つの参考になるのではないかと思います。

現在の成功は過去の努力の賜物を具現化しているスペインに関して、インフラ分野、再生可能エネルギー分野や鉄道分野などスペインが国際競争力を有するいくつかの分野での日本との協業の可能性を考えながら、第三国での連携などを通じて両国の更なる経済交流一層強化されることを期待し、また、そのために微力ながらも貢献できるよう今後も努力していきたいと考えています。

<参考>

SEOPAN及び加盟企業の海外展開の概要

<https://seopan.es/wp-content/uploads/2021/07/Catalogo-Julio.pdf>

Ⅱ. 2024年3月期（2023年度）第2四半期主要建設会社決算分析

1. 調査の目的

当研究所では、1997年より主要建設会社の財務内容を階層別に経年比較分析することにより、建設業の置かれた経済状況とそれに対する各企業の財務戦略の方向性について、継続的に調査している。

今回の発表は、各社の決算短信等から判明する2024年3月期（2023年度）第2四半期決算の財務指標の分析を提示するものであるが、一部の分析対象会社については2023年12月期第2四半期決算を採用している。

全般に、決算情報の開示は連結決算の指標で開示されているため、本稿でも原則として連結決算による分析を行っている。ただし、受注高については単体での開示が多いため、原則として単体での分析を行っている。

2. 調査の概要

(1) 対象会社

全国的に業務展開を行っている総合建設会社を対象とし、以下の3つの要件に該当する、過去3年間（2020年度、2021年度、2022年度）の連結売上高平均が上位の40社とした。

- ① 建築一式・土木一式の売上高が恒常的に5割を超えていること。
- ② 会社更生法、民事再生法等の倒産関連法規の適用を受けていないこと。
- ③ 決算関係の情報が開示されていること。

(2) 分析項目

- ①受注高（単体）、②売上高、③売上総利益、④販売費及び一般管理費、⑤営業利益、⑥経常利益、⑦特別利益・特別損失、⑧当期純利益、⑨有利子負債、⑩自己資本比率・デットエクイティレシオ、⑪キャッシュフロー

(3)階層分類

過去3年間の連結売上高平均を基に、40社を大手(5社)、準大手(11社)、中堅(24社)の3つの階層に分類した。

過去3年間の連結売上高平均

単位:億円		
階層	企業名	売上高
大手 (5社)	鹿島建設	21,262
	大林組	18,912
	清水建設	16,244
	大成建設	15,554
	竹中工務店	12,912
準大手 (11社)	長谷工コーポレーション	9,155
	戸田建設	5,186
	五洋建設	4,772
	インフロニア・ホールディングス	4,642
	三井住友建設	4,278
	熊谷組	4,263
	安藤・間	3,549
	西松建設	3,333
	高松コンストラクショングループ	2,765
	東急建設	2,595
	奥村組	2,375

単位:億円		
階層	企業名	売上高
中堅 (24社)	東亜建設工業	2,077
	福田組	1,733
	鉄建建設	1,648
	東洋建設	1,646
	大豊建設	1,581
	浅沼組	1,396
	東鉄工業	1,241
	飛鳥建設	1,203
	ピース三菱	1,121
	ナカノフドー建設	1,090
	新日本建設	1,075
	銭高組	1,051
	矢作建設工業	1,036
	若築建設	877
	松井建設	862
	名工建設	853
	大本組	797
	北野建設	735
	不動テトラ	699
	大末建設	660
	徳倉建設	600
	植木組	485
	第一建設工業	484
	南海辰村建設	415

※竹中工務店、福田組：12月期決算

3. 報告要旨

- 受注高は、建築部門・土木部門ともに増加したため、3年連続で増加となり、2022年度に引き続き6兆円台を確保した。
- 売上高は、全階層で増加し、直近5年間で最も高い水準となった。2023年度通期の売上高予想は、40社中36社が増収を見込んでいる。
- 売上総利益は、総計で前年同期比3.1%増加したものの、売上高総利益率は、総計で前年同期比0.9%ポイント低下し、直近5年間で最も低い水準となった。
- 営業利益は、「準大手」「中堅」では増加したものの、「大手」で減少し、総計で前年同期比3.9%減少した。売上高営業利益率は同0.6%ポイント低下し、直近5年間で最も低い水準となった。

※分析は、連結数値（不明な企業については単体数値）を採用している。ただし、受注高については、単体数値（不明な企業については連結数値）を用いている。

4. 主要分析結果

① 受注高（単体）

【 受注高合計 】

受注高／前年同期比(増加率)

単位:百万円

	大手		準大手		中堅		総計	
	受注高	(増加率)	受注高	(増加率)	受注高	(増加率)	受注高	(増加率)
19年度2Q	2,486,349		1,568,223		1,099,393		5,153,965	
20年度2Q	2,090,459	▲ 15.9%	1,302,078	▲ 17.0%	1,020,742	▲ 7.2%	4,413,279	▲ 14.4%
21年度2Q	2,589,810	23.9%	1,501,284	15.3%	1,040,223	1.9%	5,131,317	16.3%
22年度2Q	3,205,801	23.8%	1,960,935	30.6%	1,216,575	17.0%	6,383,311	24.4%
23年度2Q	3,740,872	16.7%	1,818,475	▲ 7.3%	1,273,492	4.7%	6,832,839	7.0%

今年度予想/達成度(大手) 単位:百万円

	受注高	達成度
22年度通期実績	7,109,731	-
23年度通期予想	7,071,000	52.9%

■受注高は、「準大手」で減少したものの、「大手」「中堅」で増加し、総計では直近5年間で最も高い水準となった。

■前年同期比で増加したのは、「大手」では5社中3社、「準大手」では11社中4社、「中堅」では24社中14社であった。

■「大手」における2023年度通期の受注額予想は、5社中4社が減収を見込んでいる。

【 建築 】

受注高／前年同期比(増加率)

単位:百万円

	大手		準大手		中堅		総計	
	受注高	(増加率)	受注高	(増加率)	受注高	(増加率)	受注高	(増加率)
19年度2Q	2,051,873		943,097		618,758		3,613,728	
20年度2Q	1,528,954	▲ 25.5%	856,099	▲ 9.2%	535,168	▲ 13.5%	2,920,221	▲ 19.2%
21年度2Q	1,970,221	28.9%	1,001,057	16.9%	528,755	▲ 1.2%	3,500,033	19.9%
22年度2Q	2,431,992	23.4%	1,309,674	30.8%	660,558	24.9%	4,402,224	25.8%
23年度2Q	2,847,994	17.1%	1,185,107	▲ 9.5%	723,955	9.6%	4,757,056	8.1%

今年度予想/達成度(大手) 単位:百万円

	受注高	達成度
22年度通期実績	5,433,649	-
23年度通期予想	5,460,000	52.2%

※建築の受注がない不動産テトラを除いて集計。

■建築部門の受注高は、「準大手」で減少したものの、「大手」「中堅」で増加し、総計では直近5年間で最も高い水準となった。

■前年同期比で増加したのは、「大手」では5社中3社、「準大手」では11社中3社、「中堅」では23社中12社であった。

【 土 木 】

受注高／前年同期比(増加率)

単位:百万円

	大手		準大手		中堅		総計	
		(増加率)		(増加率)		(増加率)		(増加率)
19年度2Q	352,536		600,310		454,623		1,407,469	
20年度2Q	474,117	34.5%	421,913	▲ 29.7%	456,242	0.4%	1,352,272	▲ 3.9%
21年度2Q	534,979	12.8%	458,462	8.7%	470,877	3.2%	1,464,318	8.3%
22年度2Q	673,390	25.9%	603,467	31.6%	519,404	10.3%	1,796,261	22.7%
23年度2Q	710,865	5.6%	590,186	▲ 2.2%	509,558	▲ 1.9%	1,810,609	0.8%

今年度予想/達成度(大手)

単位:百万円

	受注高	達成度
22年度通期実績	1,418,920	-
23年度通期予想	1,260,000	56.4%

※連続しての土木受注がない長谷工コーポレーション、新日本建設、大末建設を除いて集計。

■土木部門の受注高は、「準大手」「中堅」で減少したものの、「大手」で増加し、総計では直近5年間で最も高い水準となった。

■前年同期比で増加したのは、「大手」では5社中3社、「準大手」では10社中5社、「中堅」では22社中12社であった。

② 売上高(連結)

売上高／前年同期比(増加率)

単位:百万円

	大手		準大手		中堅		総計	
		(増加率)		(増加率)		(増加率)		(増加率)
19年度2Q	4,157,506		2,358,042		1,186,605		7,702,153	
20年度2Q	3,675,142	▲ 11.6%	2,183,741	▲ 7.4%	1,169,777	▲ 1.4%	7,028,660	▲ 8.7%
21年度2Q	3,725,093	1.4%	2,197,965	0.7%	1,129,395	▲ 3.5%	7,052,453	0.3%
22年度2Q	4,242,675	13.9%	2,314,179	5.3%	1,147,597	1.6%	7,704,451	9.2%
23年度2Q	4,803,605	13.2%	2,596,258	12.2%	1,282,440	11.8%	8,682,303	12.7%

今年度予想/達成度

単位:百万円

	大手		準大手		中堅		総計	
	売上高	達成度	売上高	達成度	売上高	達成度	売上高	達成度
22年度通期実績	9,327,403	-	5,181,110	-	2,580,499	-	17,089,012	-
23年度通期予想	10,075,000	47.7%	5,608,100	46.3%	2,771,700	46.3%	18,454,801	47.0%

■売上高は、全階層で増加した。総計では前年同期比12.7%増と3年連続で増加となり直近5年間で最も高い水準となった。

■前年同期比で増加したのは、「大手」では5社中5社、「準大手」では11社中10社、「中堅」では24社中20社であった。

■2023年度通期の売上高予想は、「大手」では5社中5社、「準大手」では11社中10社、「中堅」では24社中21社が増収を見込んでいる。

③ 売上総利益（連結）

売上総利益／前年同期比(増加率)／売上総利益率

単位:百万円

	大手		準大手		中堅		総計					
	売上総利益	総利益率	売上総利益	総利益率	売上総利益	総利益率	売上総利益	総利益率				
19年度2Q	522,259	(増加率)	12.6%	301,240	(増加率)	12.8%	132,014	(増加率)	11.1%	955,513	(増加率)	12.4%
20年度2Q	462,765	▲ 11.4%	12.6%	268,354	▲ 10.9%	12.3%	128,510	▲ 2.7%	11.0%	859,629	▲ 10.0%	12.2%
21年度2Q	371,821	▲ 19.7%	10.0%	250,362	▲ 6.7%	11.4%	122,910	▲ 4.4%	10.9%	745,093	▲ 13.3%	10.6%
22年度2Q	415,567	11.8%	9.8%	257,737	2.9%	11.1%	119,085	▲ 3.1%	10.4%	792,389	6.3%	10.3%
23年度2Q	385,922	▲ 7.1%	8.0%	301,872	17.1%	11.6%	129,354	8.6%	10.1%	817,148	3.1%	9.4%

■売上総利益は、総計で前年同期比 3.1%増加したものの、売上高総利益率は、総計で前年同期比 0.9%ポイント低下し、直近 5 年間で最も低い水準となった。

■売上総利益が前年同期比で減少したのは、「大手」では 5 社中 4 社、「準大手」では 11 社中 1 社、「中堅」では 24 社中 11 社であった。売上高総利益率が前年同期比で低下したのは、「大手」では 5 社中 5 社、「準大手」11 社中 4 社、「中堅」では 24 社中 16 社であった。

④ 販売費及び一般管理費（連結）

販管費／前年同期比(増加率)／販管費率

単位:百万円

	大手		準大手		中堅		総計					
	販管費	販管費率	販管費	販管費率	販管費	販管費率	販管費	販管費率				
19年度2Q	225,298	(増加率)	5.4%	138,172	(増加率)	5.9%	73,282	(増加率)	6.2%	436,752	(増加率)	5.7%
20年度2Q	223,392	▲ 0.8%	6.1%	150,285	8.8%	6.9%	71,695	▲ 2.2%	6.1%	445,372	2.0%	6.3%
21年度2Q	239,634	7.3%	6.4%	157,501	4.8%	7.2%	73,821	3.0%	6.5%	470,956	5.7%	6.7%
22年度2Q	259,183	8.2%	6.1%	169,894	7.9%	7.3%	78,838	6.8%	6.9%	507,915	7.8%	6.6%
23年度2Q	276,748	6.8%	5.8%	182,591	7.5%	7.0%	84,488	7.2%	6.6%	543,827	7.1%	6.3%

■販管費は、全階層で増加し、総計で前年同期比 7.1%増加した。

■販管費率は、総計で前年同期比 0.3%ポイント低下した。

⑤ 営業利益（連結）

営業利益／前年同期比(増加率)／営業利益率

単位:百万円

	大手		準大手		中堅		総計					
	営業利益	営業利益率	営業利益	営業利益率	営業利益	営業利益率	営業利益	営業利益率				
19年度2Q	296,958	(増加率)	7.1%	163,063	(増加率)	6.9%	58,716	(増加率)	4.9%	518,737	(増加率)	6.7%
20年度2Q	239,370	▲ 19.4%	6.5%	118,065	▲ 27.6%	5.4%	56,806	▲ 3.3%	4.9%	414,241	▲ 20.1%	5.9%
21年度2Q	132,186	▲ 44.8%	3.5%	89,767	▲ 24.0%	4.1%	49,083	▲ 13.6%	4.3%	271,036	▲ 34.6%	3.8%
22年度2Q	156,384	18.3%	3.7%	87,843	▲ 2.1%	3.8%	40,241	▲ 18.0%	3.5%	284,468	5.0%	3.7%
23年度2Q	109,174	▲ 30.2%	2.3%	119,281	35.8%	4.6%	44,860	11.5%	3.5%	273,315	▲ 3.9%	3.1%

今年度予想 営業利益／前期末対比(増加率)／営業利益率

単位:百万円

	大手		準大手		中堅		総計					
	営業利益	営業利益率	営業利益	営業利益率	営業利益	営業利益率	営業利益	営業利益率				
22年度通期末績	355,048	(増加率)	3.8%	203,099	(増加率)	3.9%	113,365	(増加率)	4.4%	671,512	(増加率)	3.9%
23年度通期予想	358,500	1.0%	3.6%	277,900	36.8%	5.0%	119,680	5.6%	4.3%	756,080	12.6%	4.1%

■営業利益は、「準大手」「中堅」では増加したものの、「大手」で減少し、総計で前年同期比 3.9%減少した。売上高営業利益率は同 0.6%ポイント低下し、直近 5 年間で最も低い水準となった。

■40 社中 37 社が営業黒字を確保した。営業利益が前年同期比で減少したのは、「大手」では 5 社中 4 社、「準大手」では 11 社中 1 社、「中堅」では 24 社中 13 社であった。

■2023 年度通期の営業利益予想は、40 社中 14 社が減益を見込んでいる。

⑥ 経常利益（連結）

経常利益／前年同期比(増加率)／経常利益率

単位:百万円

	大手		準大手		中堅		総計					
	経常利益	経常利益率	経常利益	経常利益率	経常利益	経常利益率	経常利益	経常利益率				
19年度2Q	317,545	(増加率)	7.6%	168,046	(増加率)	7.1%	59,811	(増加率)	5.0%	545,402	(増加率)	7.1%
20年度2Q	258,694	▲ 18.5%	7.0%	119,670	▲ 28.8%	5.5%	58,462	▲ 2.3%	5.0%	436,826	▲ 19.9%	6.2%
21年度2Q	157,406	▲ 39.2%	4.2%	92,361	▲ 22.8%	4.2%	51,177	▲ 12.5%	4.5%	300,944	▲ 31.1%	4.3%
22年度2Q	192,482	22.3%	4.5%	95,028	2.9%	4.1%	45,808	▲ 10.5%	4.0%	333,318	10.8%	4.3%
23年度2Q	141,673	▲ 26.4%	2.9%	127,435	34.1%	4.9%	50,082	9.3%	3.9%	319,190	▲ 4.2%	3.7%

今年度予想 経常利益／前期末対比(増加率)／経常利益率

単位:百万円

	大手		準大手		中堅		総計					
	経常利益	経常利益率	経常利益	経常利益率	経常利益	経常利益率	経常利益	経常利益率				
22年度通期末績	416,597	(増加率)	4.5%	206,724	(増加率)	4.0%	116,883	(増加率)	4.5%	740,204	(増加率)	4.3%
23年度通期予想	383,000	▲ 8.1%	3.8%	271,100	31.1%	4.8%	122,050	4.4%	4.4%	776,150	4.9%	4.2%

■経常利益は、「準大手」「中堅」では増加したものの、「大手」で減少し、総計で前年同期比 4.2%減少となった。売上高経常利益率は前年同期比 0.6%ポイント低下し、直近 5 年間で最も低い水準となった。

■2023 年度通期の経常利益予想は、40 社中 15 社が減益を見込んでいる。

⑦ 特別利益・特別損失（連結）

特別利益／特別損失／特別損益

単位：百万円

	大手		準大手		中堅		総計	
	22年度2Q	23年度2Q	22年度2Q	23年度2Q	22年度2Q	23年度2Q	22年度2Q	23年度2Q
特別利益	19,152	46,439	10,833	6,311	2,604	5,568	32,589	58,318
特別損失	2,414	2,455	4,165	4,209	837	1,651	7,416	8,315
特別損益	16,738	43,984	6,668	2,102	1,767	3,917	25,173	50,003

■特別利益は総計で前年同期比 257 億円増加し、特別損失は同 9 億円増加した。特別損益は総計で同 248 億円増加した。

⑧ 当期純利益（連結）

当期純利益／前年同期比(増加率)／当期純利益率

単位：百万円

	大手		準大手		中堅		総計					
	当期純利益	当期純利益率	当期純利益	当期純利益率	当期純利益	当期純利益率	当期純利益	当期純利益率				
19年度2Q	238,009	(増加率)	5.7%	118,220	(増加率)	5.0%	39,349	(増加率)	3.3%	395,578	(増加率)	5.1%
20年度2Q	186,495	▲ 21.6%	5.1%	74,784	▲ 36.7%	3.4%	38,162	▲ 3.0%	3.3%	299,441	▲ 24.3%	4.3%
21年度2Q	118,072	▲ 36.7%	3.2%	59,417	▲ 20.5%	2.7%	36,360	▲ 4.7%	3.2%	213,849	▲ 28.6%	3.0%
22年度2Q	140,499	19.0%	3.3%	68,514	15.3%	3.0%	31,820	▲ 12.5%	2.8%	240,833	12.6%	3.1%
23年度2Q	124,132	▲ 11.6%	2.6%	84,055	22.7%	3.2%	35,714	12.2%	2.8%	243,901	1.3%	2.8%

今年度予想 当期純利益／前期末対比(増加率)／当期純利益率

単位：百万円

	大手		準大手		中堅		総計					
	当期純利益	当期純利益率	当期純利益	当期純利益率	当期純利益	当期純利益率	当期純利益	当期純利益率				
22年度通期実績	315,908	(増加率)	3.4%	138,025	(増加率)	2.7%	83,298	(増加率)	3.2%	537,231	(増加率)	3.1%
23年度通期予想	292,000	▲ 7.6%	2.9%	187,800	36.1%	3.3%	87,280	4.8%	3.1%	567,080	5.6%	3.1%

■当期純利益は、「大手」で減少したものの、「準大手」「中堅」で増加し、総計で前年同期比 1.3%増加した。売上高当期純利益率は前年同期比 0.3%ポイント低下し、直近 5 年間で最も低い水準となった。

■40 社中 39 社が黒字を確保した。前年同期比で当期純利益が増加したのは、「大手」では 5 社中 1 社、「準大手」では 11 社中 8 社、「中堅」では 24 社中 12 社であった。

■2023 年度通期の当期純利益予想は、40 社中 17 社が減益を見込んでいる。

⑨ 有利子負債（連結）

有利子負債／前年同期比(増加率)

単位:百万円

	大手		準大手		中堅		総計	
19年度2Q	1,168,645	(増加率)	695,115	(増加率)	192,529	(増加率)	2,056,289	(増加率)
20年度2Q	1,283,116	9.8%	954,847	37.4%	236,646	22.9%	2,474,609	20.3%
21年度2Q	1,311,181	2.2%	1,033,792	8.3%	204,728	▲ 13.5%	2,549,701	3.0%
22年度2Q	1,607,936	22.6%	1,110,769	7.4%	210,135	2.6%	2,928,840	14.9%
23年度2Q	1,777,740	10.6%	1,730,470	55.8%	261,890	24.6%	3,770,100	28.7%

有利子負債／前期末対比(増加率)

単位:百万円

	大手		準大手		中堅		総計	
22年度末実績	1,763,114	(増加率)	1,222,978	(増加率)	234,866	(増加率)	3,220,958	(増加率)
23年度2Q	1,777,740	0.8%	1,730,470	41.5%	261,890	11.5%	3,770,100	17.0%

■有利子負債は、全階層で増加し、総計で前年同期比 28.7%増加となり、直近 5 年間で最も高い水準となった。

■前年同期比で増加したのは、「大手」では 5 社中 4 社、「準大手」では 11 社中 7 社、「中堅」では 24 社中 11 社であった。

⑩ 自己資本比率・デットエクイティレシオ（連結）

自己資本比率／前年同期比(増加ポイント)

	大手		準大手		中堅		総計	
18年度	38.3%	増加(P)	39.9%	増加(P)	44.8%	増加(P)	39.7%	増加(P)
19年度	39.6%	1.3	38.7%	▲ 1.2	45.6%	0.8	40.2%	0.5
20年度	43.6%	4.0	39.5%	0.7	48.2%	2.6	43.0%	2.8
21年度	42.3%	▲ 1.3	38.9%	▲ 0.5	51.8%	3.5	42.5%	▲ 0.4
22年度	39.7%	▲ 2.6	37.3%	▲ 1.6	50.5%	▲ 1.2	40.4%	▲ 2.1

デットエクイティレシオ／前年同期比(増加ポイント)

	大手		準大手		中堅		総計	
18年度	0.32	増加(P)	0.31	増加(P)	0.17	増加(P)	0.29	増加(P)
19年度	0.34	0.01	0.40	0.09	0.18	0.01	0.33	0.03
20年度	0.31	▲ 0.02	0.45	0.05	0.20	0.01	0.33	0.00
21年度	0.33	0.02	0.52	0.07	0.15	▲ 0.05	0.35	0.02
22年度	0.38	0.05	0.56	0.04	0.18	0.03	0.40	0.04

※自己資本比率は、自己資本÷総資産で算出。デットエクイティレシオは、有利子負債÷自己資本で算出。

■自己資本比率は、全階層で低下し、総計で 41.4%となった。

■デットエクイティレシオは、全階層で上昇し、直近 5 年間で最も高い水準となった。

⑪ キャッシュフロー（連結）

営業CF

単位：百万円

	大手	準大手	中堅	総計
19年度2Q	200,671	▲ 43,157	28,568	186,082
20年度2Q	210,344	▲ 83,916	52,987	179,415
21年度2Q	204,025	78,133	107,014	389,172
22年度2Q	46,737	▲ 5,121	50,756	92,372
23年度2Q	58,288	▲ 75,021	13,399	▲ 3,334

投資CF

単位：百万円

	大手	準大手	中堅	総計
19年度2Q	▲ 101,041	▲ 78,539	▲ 21,446	▲ 201,026
20年度2Q	▲ 141,719	▲ 48,726	▲ 36,226	▲ 226,671
21年度2Q	▲ 120,903	▲ 88,489	▲ 23,769	▲ 233,161
22年度2Q	▲ 150,264	▲ 78,511	▲ 8,581	▲ 237,356
23年度2Q	▲ 142,895	▲ 96,531	▲ 10,281	▲ 249,707

財務CF

単位：百万円

	大手	準大手	中堅	総計
19年度2Q	▲ 132,638	24,452	▲ 19,901	▲ 128,087
20年度2Q	▲ 29,382	31,719	8,952	11,289
21年度2Q	▲ 124,152	6,410	▲ 56,363	▲ 174,105
22年度2Q	33,648	▲ 88,250	▲ 7,367	▲ 61,969
23年度2Q	▲ 117,164	48,036	▲ 13,134	▲ 82,262

- 営業CFは、「大手」で増加したものの、「準大手」「中堅」で減少した。総計では、前年同期比 957 億円減少し、マイナスに転じた。
- 投資CFは、全階層でマイナスとなり、「大手」でマイナス幅が縮小したものの、「準大手」「中堅」でマイナス幅が拡大した。総計では、前年同期比 123 億円マイナス幅が拡大した。
- 財務CFは、「大手」がマイナスに転じ、「準大手」がプラスに転じた。総計では、前年同期比 202 億円マイナス幅が拡大した。

5. 参考資料

●受注高(合計)増加率 (単位:社)

	減少		増加		合計
	10%以上	0%以上10%未満	0%以上10%未満	10%以上	
大手	1	1	0	3	5
準大手	6	1	1	3	11
中堅	7	3	5	9	24
総計	14	5	6	15	40

●受注高(建築)増加率 (単位:社)

	減少		増加		合計
	10%以上	0%以上10%未満	0%以上10%未満	10%以上	
大手	1	1	1	2	5
準大手	6	2	0	3	11
中堅	7	4	3	9	23
総計	14	7	4	14	39

※建築の受注がない不動産テトラを除いて集計。

●受注高(土木)増加率 (単位:社)

	減少		増加		合計
	10%以上	0%以上10%未満	0%以上10%未満	10%以上	
大手	1	1	0	3	5
準大手	4	1	2	3	10
中堅	9	1	6	6	22
総計	14	3	8	12	37

※連続しての土木受注がない長谷工コーポレーション、新日本建設、大末建設を除いて集計。

●売上高増加率(連結) (単位:社)

	減少		増加		合計
	10%以上	0%以上10%未満	0%以上10%未満	10%以上	
大手	0	0	1	4	5
準大手	0	1	4	6	11
中堅	0	4	7	13	24
総計	0	5	12	23	40

●売上総利益/利益率増加率(連結) (単位:社)

	利益減少		利益増加		合計
	利益率低下	利益率上昇	利益率低下	利益率上昇	
大手	4	0	1	0	5
準大手	1	0	3	7	11
中堅	11	0	5	8	24
総計	16	0	9	15	40

●営業利益(連結) (単位:社)

	減少	増加	合計
大手	4	1	5
準大手	1	10	11
中堅	13	11	24
総計	18	22	40

●経常利益(連結) (単位:社)

	減少	増加	合計
大手	5	0	5
準大手	1	10	11
中堅	14	10	24
総計	20	20	40

●当期純利益(連結) (単位:社)

	減少	増減なし	増加	合計
大手	4	0	1	5
準大手	3	0	8	11
中堅	12	0	12	24
総計	19	0	21	40

●有利子負債(連結)／前年同期比 (単位:社)

	減少	増減なし	増加	合計
大手	1	0	4	5
準大手	4	0	7	11
中堅	12	0	11	23
総計	17	0	22	39

※2021年度第2四半期末、2022年度第2四半期末ともに有利子負債の計上がない1社を除いて集計。

(担当: 研究員 幸喜 周斗)

Ⅲ. ひな人形に見る装束と風俗

1. はじめに

この号が発行される頃は、2023年のNHK大河ドラマ「どうする家康」も最終回を迎えている。後半にかけての盛り上がりやすさまじく、1話45分とは思えない密度で、毎週日曜の欠かせない楽しみになった。筆者は「利家とまつ(2002)」「功名が辻(2006)」「鎌倉殿の13人(2022)」を視聴していた程度の“俄か大河ドラマファン”ではあるが、源氏物語を小学生から愛読していた身として、来年の「光る君へ」には特に大きな期待を寄せている。源氏物語は往々にして「稀代のプレイボーイ、光源氏の恋愛遍歴」と紹介されがちであるが、ある時は恋愛少女漫画、ある時は政治物語、またある時は仏教文学のように、何度読んでもその都度、新たな感想を喚起させるその懐の広さこそが唯一無二の魅力であり、これを千年前にたった一人の女性を書き上げた(諸説あり)とはとても信じがたい。筆者の紫式部の生涯にスポットライトが当たったことはこれまで少なかったが、この大河ドラマをきっかけに源氏物語、そして式部境界が一層盛り上がることを期待したい。

手軽に当時の雅な空気を楽しむのであれば、ひな人形は最適なアイテムの一つだ。最近では少子化、そして特に都心では居住スペースの縮小などの影響を受け、現代のライフスタイルに適した様々なタイプのひな人形が発売されている。しかし人形の着衣や容貌には古来から現代に至るまで紆余曲折を経て継承されてきた伝統が反映されており、その知識をもって鑑賞することはひな祭りに一層の楽しみを加え、さらに古の雅な暮らしぶりや先人の不断の営みに思いを馳せるきっかけにもなるだろう。既にお雛様を持っている方もそれでない方も、本稿をきっかけに売り場の人形に目を留めていただく機会があれば幸いである。なお、文中の意見は筆者個人の見解に基づくものであり、組織としての見解、意見に基づくものではないことを予めお断りしておく。

2. 装束をめぐる歴史とひな人形

さっそくだが、ひな人形の衣装が紫式部の生きた時代の装束様式をそのまま伝えていると考えることは、時に誤解や混乱の原因につながりかねない。

平安時代、遣唐使の廃止をきっかけに唐風文化から国風文化への変化が生じ、従来の大和風で筒形、細身の衣装が、十二単に代表されるよりゆったりとした優雅な衣装に転じたことはご存じの方も多いのではないだろうか。摂関政治が興隆を極め源氏物語などの宮廷文学が盛んに執筆されたのはまさにこのタイミング、平安時代中期であったが、平安時代後期の院政期以降になると、更に一つの大きな変化が服飾史上に発生した。それは厚く固い生地の織物を用いてのりをふんだんに効かせることによって、直線的なラインを見せることに重きをおく「強装束」(こわしょうぞく)化である。この変化によって、扱いにくくなった衣装を一人で着ることは次第に困難となり、着付けを専門とする衣紋方(えもんかた)という職業の登場、そして着付け、着こなしにおける様々な決まり事を元にした衣紋道という考え

方が生まれ、この強装束が、貴族文化に立ち返る際の原点と認識されるようになった。今日の私たちが平安時代の雅な貴族衣装として想像するイメージの大半は、その想起される時代から更に後になって登場する強装束であることに留意されたい。強装束以前の様式をそれに対比して「柔装束」(なえしょうぞく)と呼ぶこともあるが、それがどのようなものだったのかは実はよくわかっていない。(図表 1、2)

図表 1



(出典)『聖徳太子絵伝』(東京国立博物館蔵)

図表 2



(出典)『伝源頼朝像』(神護寺蔵)

聖徳太子絵伝は記録によって11世紀中頃に描かれたと伝わっており、柔装束から強装束への過渡期における柔装束らしき様式を伝えている。対して伝源頼朝像では、直線的なラインが威風堂々とした雰囲気醸し出している。

武家の台頭により朝廷の権威は低下し、資金難なども重なって伝統的な儀式のなかにも断絶・衰退の憂目にあうものが現れるが、古来の儀式・習慣・装束を対象とした有職故実の研究は天皇や貴族を中心に脈々と続けられた。これら学問研究としての有職故実に対して現実の知識としての有職故実の実践は、江戸幕府のもたらした安定した治世下で天皇関連の様々な儀式が復活するのを待つことになる。その先駆けとなったのが、江戸時代初期、二代将軍秀忠の娘 和子の後水尾天皇の女御入内に際して復興された有職で「寛永有職」(かんえいゆうそく)と呼ばれた。寛永有職は江戸時代全体を通じた公事復興の契機ともなった一方で、有職でありながら強装束が成立した本来の姿からはかけ離れた、独自の様式が加わっている。江戸中期～後期には、この独特な寛永有職からの古式への復興が目指されるが、時代と共に変化していた装束様式が、有職故実をもとに元の姿に戻されることもあれば、変化後の様式が新しいスタンダードとして塗り替えられることもあった。

ひな人形には様々な種類があるが、中でも「有職雛」(ゆうそくびな)と呼ばれるものは、

実際の公家の装束を忠実に再現した格式の高い人形とされている。ただし、有職雛が生まれた江戸中期以降は、まさに「有職」に基づいた古来ながらの装束（強装束）の復古気運の高まりと、時代と共に変化した当時の装束とが並立していた時代であることを念頭に置かななくてはならない。とはいえ、有職故実に基づかない、理想化された衣装をまとったタイプのひな人形も同時代から存在して人気を博してきた。批判的に厳密な時代考証をするのではなく、人形一つにも脈々と連なる衣食住の「衣」の歴史と人の営みが込められていることを知れば、ひな人形を観る目がこれまでと変わってくるはずである。

3. お内裏様

かの有名な童謡にもあるように、お内裏様は女雛と対になった男雛を指す単語だと勘違いされがちだが、これは作詞者の誤りであり、本来のお内裏様とは「内裏」すなわち御所（宮中）に住まう高貴な人物を総じて意味する。つまり、ひな人形最上段の女雛と男雛、二人を合わせて「お内裏様」と呼称するのが正しい。宮中に住まう高貴な人物といえば天皇とその妃に他ならないが、ここでは便宜上、「殿」「姫」の呼称を用いたいと思う。

(1) 殿

お内裏様のうち、まずは殿を鑑賞する楽しみを語りたい。目を惹くのは華やかな装束を身にまとう姫の方であろうが、負けず劣らず、装束の色、スタイルには殿の地位を示す情報が豊富に込められている。

(ア) 袍 (ほう)

男性が内裏に出仕するときの正式な装いを「束帯（そくたい）」という。束帯とはただ着用している衣服のみならず冠や沓、小物なども含めた全体のトータルコーディネートを目指す。特に着用者を印象づけるのは、一番上に着用している「袍」(ほう)という衣である。装束様式は厳密な身分制度（特に律令制度では身分という言葉ではなく「位階制」として定められた）と表裏一帯をなしており、袍には身分（位階）によって着用できる色に厳格なルールがあることから特に「位袍」(いほう)とも呼んだ。すなわち、袍の色を見れば、殿のおかれた身分と立場が一目瞭然なのである。ここではわかりやすく代表的なものを3例紹介したい。

a) 黄櫨染御袍 (こうろせんのごほう)

殿がやや渋めの黄土色のような袍を着ていたなら、それは「黄櫨染御袍」である。パステルカラーの明るく華やかな袍を着用した殿が多い今日、とりたてて目立つ色ではないかもしれないが、この色は天皇にしか許されない禁色であり、最も高いところにある太陽の色を表している。

b) 黄丹御袍 (おうにのほう)

黄櫨染御袍を着用している殿は一定の割合でいるものの、黄丹御袍を着用している

ケースはそれに比して少ない。「黄」と「丹(赤)」とあるように、鮮やかなオレンジ色がそれに当たる。この色はまさに登りつつある太陽の色を表し、皇太子のみに許された禁色である。筆者はオレンジの太陽といえば夕日の方が想起されるのだが、燃えるような朝焼けに遭遇すると、なるほどこれが黄丹で表現しようとした色そのものだと思わされる。

c) 黒

個人的に最も好きなのは黒の袍なのだが、これを着ているのは四位以上の臣下、あるいは皇族に限られる。

読者のひな人形の殿は上記のいずれかの色を着用しているであろうか。完全に余談だが、ここまで語っておきながら筆者宅の殿は現代風にライトグリーンの袍を着用している。

(イ)冠

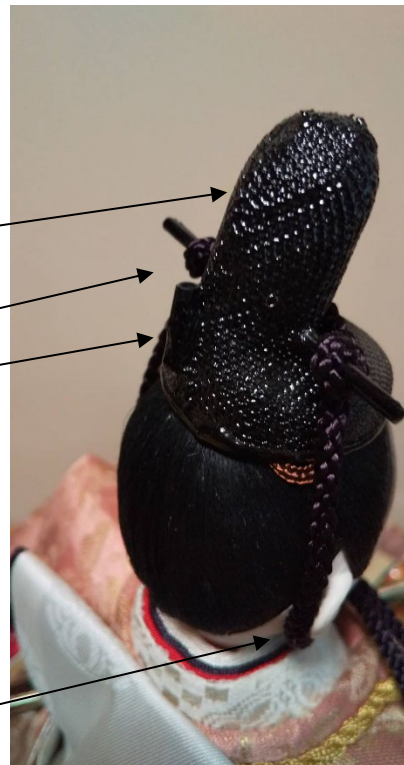
次は冠である。袍と違って冠にはバリエーションが少ないが、一般的にまず目に入るのは殿の後頭部からスッと垂直に伸びた、目の細かいメッシュ生地できているような細長いパーツであろう(ひな人形を実際に組み立てたことのある人には、鳥の羽のように細くなった根本の部分を冠の後ろにある孔に突き刺す作業はお馴染みかと思う)。ここは「纓(えい)」と呼ばれる。また、冠頭頂部ややうしろに盛り上がった小山のようになっている部分は「巾子(こじ)」である。(図表3、4)

図表3



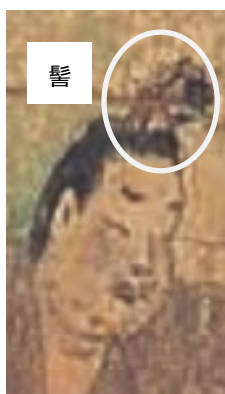
(筆者私物)

図表4



冠の原型は頭巾のようなものであり、まずは髪を一つに束ねて高い位置で結び上げる。この部分を「髻（もとどり）」といい、髻を覆うように筒型の巾子を頭にのせた。（図表 5）それを固定するように、四方の隅だけが長く伸びた四角い頭巾で頭全体を包み、額上と頭の後ろの二か所で結んだのが、本来の様式で合った。（図表 6） 纓とは、このときに頭の後ろで頭巾を結んだ後に余って垂れた部分が様式化したものである（リボンを結ぶと下に二本垂れているあの部分を想像すると近い）。つまり纓は二枚あるのが本来の形であるのに加え、もともとは柔らかく、自然に下に垂れていた。（図表 7） 平安時代後期以降、強装束化によってより厳めしく威儀を正したスタイルに沿うべく、冠も硬質化していく。冠本体と纓は分離し、冠本体の後部に設置された纓壺（図表 4）に、鳥の羽の先のようなになった纓の先端を差してセッティングして着用することが一般的になった。結果として纓の根元の部分はたわむように跳ね上がり、末端が下に垂れる形状となった。（図表 8） もっとも、いずれも下に垂れているのでまとめて「垂纓（すいえい）」といい、天皇含む貴族の冠は、もともとはみな同じ垂纓であったとされる。

図表 5



図表 5（出典）『伴大納言絵巻』（出光美術館蔵）

図表 6



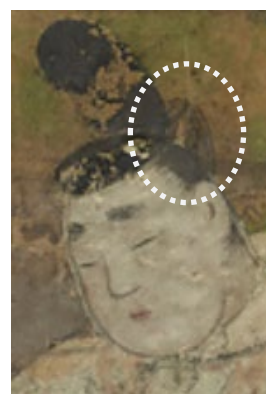
図表 6（出典）『聖徳太子二王子象』（模本）（東京国立博物館蔵）

図表 7



図表 7（出典）『源氏物語絵巻（鈴虫二）』（五島美術館蔵）

図表 8



図表 8（出典）『源氏物語絵巻（若紫一）』（東京国立博物館蔵）

図表 5 より、髻は髻（まげ）と異なり束ねて高い位置で直線的にまとめていることがわかる。図表 6 では人物の頭頂部、盛り上がったところに巾子が置かれ、上から頭巾を被せて額上と後頭部で結わえ、後頭部結びから垂れた、二本の纓の原型が見える。その後、図表 7 で確認できるように巾子は高く大きくなるも、纓は二本とも根本から垂れていることが確認できる。しかし図表 8 にあるように後世になると、纓の根元は立ち上がっている。図表 1、2 でも同様の変化を見ることができる。

ところがひな人形の殿の纓は上にスッと伸びている。（図表 3）これは江戸時代以降、限られたシチュエーションで天皇のみが着用することとされた「御立纓（ごりゅうえい）」と言われるもので、ひな人形の如く一切たわみなく直立しているのは明治天皇からと比較的

最近のことであった。したがって黄櫨染御袍との組み合わせ以外は基本的にはありえない（※時代によっては白も天皇が着用する袍の色と定められている）のであるが、なぜかひな人形の殿の冠は袍の色と関係なくほとんどが御立纒である。

ちなみに筆者の殿は冠に紐がついており顎下で結んで固定するタイプ（図表 3）だが、本来、冠を装着するのに紐は不要であった。というのも、巾子と、巾子に収納した髻ごと串（正式には筭（こうがい））を横刺しして固定する仕組みであったためである。これが江戸時代になると冠の小型化、額から頭頂部にかけての毛髪を剃り落とす月代の出現などの要因から、髻に筭を刺すだけでは不安定となり、紐を顎下で結ぶ形式が一般化した。この紐は「懸緒」（かけお）といい、立纒と同じく江戸時代以降に一般化したにもかかわらず、有職故実に基づいた復古運動の中でも廃止はされず今に至っている。結果として冠を固定するのに懸緒が遺ったことは、髪を結うことが一般的ではない現代の男性や結うことが難しい人物にとってはよかったのかもしれない。

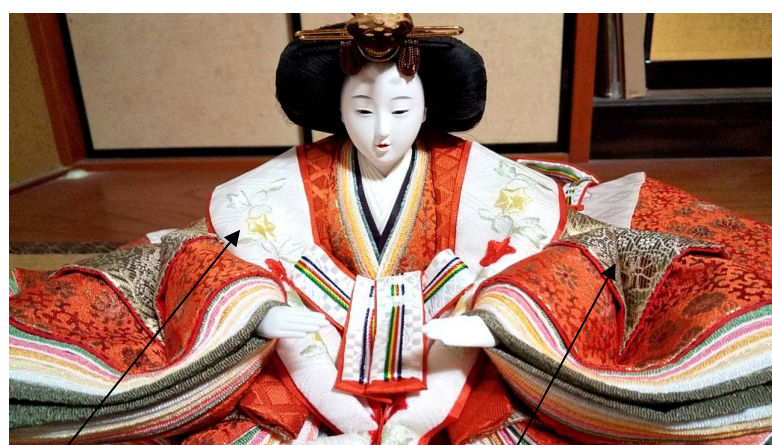
（2） 姫

姫の衣装についても言及すると、太い襷のような装飾のついた帯を両肩にかけていることがある。これは「裳」（も）の一部で「懸帯」（かけおび）という部分だと考えられる。裳はエプロンにも似た正装には必須のアイテムで、もともとは紐を腰回りに巻いて固定していたのが、平安後期以降、着用儀礼が廃れて忘れ去られているうちに江戸時代になるとその紐が美しく装飾された懸帯に変化し、背中から肩に懸帯をまわして、背負うように着用する形式に変化した。（図表 9、10）

図表 9



図表 10



しかし直近の即位の礼における衣装を見てもわかるように、現在ではこの懸帯を用いた裳のつけ方はされていない。というのも、江戸中期～後期にかけて、有職故実にのっとりた儀式や装束のルールを復活させようという運動が幾度も隆盛していく中で廃されたからである。

有職故実に忠実に従った結果、廃された様式もあればそのまま遺されたものも姫には混在している。お雛様の象徴的な髪型である大垂髪（おすべらかし）も江戸時代に考案されたものであるが、これについては復古の対象とならず、今に至るまで継続されている。

4. 三人官女

三人官女は今でいう働く女性である。三人官女の中でも真ん中の女性は眉毛をそり落とし、お歯黒をしているためおそらく既婚者であろう。（図表 11）唯一座っているのは彼女が他の二人よりも高位にあるからである。高位なのは、主人に仕えている期間が長く年上だからと考える方もいるかもしれないが、現代の労働者と異なり、彼女たちの身分は年功序列ではなく親がどれだけ高位にあるかで決まる。子ども（がいとすれば）を実家に預けて出社し、二人の部下を指導しながら主の人生で最も重要な日に仕えている、紫式部がここにいるとしたら彼女が一番近いかもしれない。（式部の身分は同僚に比較して高い方ではなかったので、座れていたかは怪しい。）

図表 11



（筆者私物）

図表 12



脇の二人はさながら上司についた後輩だ。よく見ると、一人は口を開け、もう片方は口を閉じていることがあるが、これは何かに似ていないだろうか。そう、阿吽である。

一見優美に見えるお雛様にも、狛犬や仁王像と同じ意匠が取り入れられているのが興味深い（後述する隨身はほとんどが阿吽のペアなのに対して、三人官女はそうでないケースもある）。また、姫が唐衣と裳を着用した最上位の正装（図表 9、10）なのに対して、三人官女はそのどちらも着用せず、正装に準ずる五衣小袿長袴（いつつぎぬこうちぎながばかま）姿であることが多い。（図表 12）仕える相手の身分が高ければまず正装として唐衣と裳をつけたであろうし、さらにそれが婚儀の場となれば尚更だ。しかし、三人官女が裳唐衣を着用

して正装しているタイプのひな人形にお目にかかることはめったにない。先述したように、平安後期以降、朝廷・貴族階級の没落により伝統的な装束は簡略化や断絶を経て江戸時代から再興へと向かっていくが、簡略化する過程で裳を用いなくなった室町時代には、三人官女のこのスタイルが最高位の正装と見なされるようになった。姫の衣装が、再興後に原点回帰した正装として裳をつけているのとは対照的で興味深い。

三人官女はお内裏様に比べて比較的「遊び」を取り入れやすいと見え、武家風であったり小袖袴（こそでばかま）姿であったりと、装束そのもののバリエーションが豊富な点も特徴と言える。小袖袴は平易に言えば白い着物に赤い袴を着用しただけの姿であり、従来は下着姿にも等しい衣装であったものが、公家の経済的・政治的衰退などの背景から様々な装束が簡略化する中で、江戸時代には女官の日常服として定着したものである。特に帝に仕えるときは、腰で結ぶ袴の紐を肩まで延ばして結びこれを特に「大腰袴」（おおごしばかま）姿といった。京都のひな人形には三人官女が大腰袴スタイルのものもあるそうだが、残念ながら関西に地縁のない筆者は見かけたことがない。もし三人官女が白い小袖に袴のみの場合は江戸時代のスタイルとみてよいだろう。その時は、姫が懸帯をしているかどうかにも着目したい。

5. 隨身（ずいじん）

「赤い顔の右大臣」と歌われ、その反対で「赤くない方が左大臣」と認識されている方もいるかもしれない。そして実物をみると、鑑賞者からみて右側に立っている方（豊かな髭を蓄えた老人であることが多い）はなるほど確かに日に焼けたような肌の色をしている。しかし、この老人は「右大臣」ではなく「左大臣」にあたる。左・右は鑑賞者からではなく、彼らがお仕えしている相手である内裏からみて判断するのである。

また、彼らが着用している衣装は「武官束帯」と呼ばれ、同じ束帯でも殿とは様々な点で異なる。持ち物である弓などから、彼らの役割が貴人の警備・護衛であることは明らかだが、まず袍に着目すると、殿の袍は脇から下が縫い合わされた「縫腋袍」（ほうえきほう）であるのに対して、武官束帯では脇から下が縫い合わされていない開放的な作りになっている。これは「闕腋袍」（けってきほう）と呼ばれ、特に動きやすさに重きをおいた点で異なる。

（図表 13、14）

動きやすさの観点からもう一つ、大きく異なるのは纓（えい）の形状である。殿の纓が垂直に立った「御立纓」であるのに対し、二人の纓はくるくる巻いて止められている。これは特に「巻纓」（けんえい）という。（図表 13、14）

図表 13



(出典)『桜町殿行幸図』(国立公文書館蔵)

図表 14



図表 13 が巻縷・闕腋袍。図表 14 の垂縷・縫腋袍と比較すると違いがよくわかる。

さて、そもそもだが、左大臣・右大臣とは太政官（最高行政機関）の職であり、司法・行政・立法を司る、いわゆる文官である。文官である大臣が、武官束帯（貴人や都の警備を担当する武官の衣装）を着用することは考えにくい。したがって、左大臣・右大臣という呼称は適切ではない可能性が高いのである。それでは、武官束帯を身にまとい武装した彼らはい体誰なのか。

平安時代以降、武官は「六衛府（りくえふ）」という組織に整備されていく。この組織は主に警護の対象や目的から貴人に近い順に「近衛府」（このえふ）「兵衛府」（ひょうえふ）「衛門府」（えもんふ）の三つに分かれており、それぞれの府に左右があったため、二×三の「六」衛府と呼ばれた。ここひな人形の世界では内裏（＝天皇あるいはそれに準ずる身分の人物）の護衛をしているため、六衛府の中でも花形の近衛府に勤める誰かと考えられる。さらに、六衛府の職には位階に応じて大將、中將、少將などがあるが、大將職は文官が名誉職あるいはさらなる出世への足掛かりとして兼任するケースも多く、その場合は武官であるにもかかわらず縫腋袍を着用した（図表 14）とされており、可能性からは除外される。よって闕腋袍をまとう彼らは左右近衛府に仕える中將以下と見なすのが適切であろう。

ひな人形の紹介において、彼らは一般に「隨身」と呼称されておりここでもそれを用いたが、隨身は中將以下、少將のさらに下位の六位以下の実働部隊の総称である。もし自宅の隨身が黒の袍を着ているのであれば、先述したように黒の袍を着用できるのは四位以上であ

ることから、彼は隨身ではない（＝中将あるいは少将）と結論づけることができる。

また、ひな人形の左右に実際の内裏を模して桜と橘の造花がおかれるケースがあるが、これには「左近の桜」「右近の橘」と名前がついている。由来は、近衛府に勤める武官が整列するときこの桜と橘を目印にしたことから、左近衛府の桜、右近衛府の橘と呼ばれたところによる。

6. 仕丁（しちょう・じちょう）

ひな人形を鑑賞する際に、最も下段に坐する三人の男性に注目することは少ないのではないだろうか。彼らは「仕丁」（しちょう或いはじちょう）と呼ばれ、律令制度における税制である租庸調のうち、都で労役を課せられる庸として上京して働かされている庶民である。

仕丁の持ち物と言えど何が浮かぶであろうか。答える人の出身地によって違いがあるかもしれない。というのも、関西（主に京都）の雛人形の仕丁は内裏における労働力を想定しているため、仕事は宮中の掃除がメインであった。よって持ち物も、ほうき、ちりとり、熊手といった掃除道具となる。一方で武家が文化をけん引した関東では、仕丁の仕事は外出時（大名行列）におけるお供の人工と考えられたため、持ち物は沓台、台傘（頭に被る笠を棒の先につけたもの）、立笠（一般的な差し笠）のセットとなる。

仕丁が注目されにくい理由の一つに、地味で簡素な衣装も影響しているのかもしれない。内裏の殿や隨身が「束帯」を着用しているのに対して、庶民の仕丁が着ているのは一般に「水干」（すいかん）あるいは「狩衣」（かりぎぬ）であると言われる。狩衣は貴人の鷹狩りに用いた服装であることからその名称があつたが、仏法思想の流布等と共に狩りそのものが廃れると、動きやすい日常着として下級貴族の私服、転じて庶民の労働着にも「狩衣系装束」として変化する。水干も狩衣系装束の一種であり、もともとは貴人の用いた絹に対する庶民の布（麻や綿といった植物性繊維）そのものを指す単語であつたものが、転じてその布で仕立てた労働服（日常着）そのものを示す言葉となつた。

仕丁の衣装が水干なのか狩衣なのかの判断は参照先によって異なるが、私は狩衣を着用しているケースが多いと考えている。いずれも動きやすさを重視した軽装という点では同じだが、特に水干は

- ・裾を袴の中に入れて着るのが一般的（所謂シャツイン。労働着としての側面を重視）
- ・菊綴（きくとじ）という装飾（もともとは縫い目を頑丈にするためだつたのが転じて装飾になつた）がつく

という二点が狩衣と差別化するうえでの大きな特徴であるにもかかわらず、ひな人形の仕丁に菊綴がついていることはほとんどない。（逆に仕丁の衣装に菊綴がついており首元に長い紐が垂れていれば、ほぼ間違いなく水干と特定できる）

水干以外の狩衣系装束で、白く、のりを強く張つたものを白張（はくちょう）といい、神事や貴人の行列に具して沓持、傘持などに仕えた庶民が身に着けたことから転じてその人

そのものを指す言葉になった。貴人に仕える庶民とはつまり仕丁のことであり、特にひな人形で仕丁が白い作業着を着ていれば、それは狩衣（白張）と見なしてよいだろう。（図表 15）今だと祭礼の場でこれを着ている人を見かける機会がある。

図表 15



（出典）『桜町殿行幸図』（国立公文書館蔵）白丁（=白張）五人、うち一人については傘持とある。

7. 終わりに

衣食住の「住」を支える建設業に対して、本稿は主に「衣」に着目したコラムとなった。私が文系でありながら建設業に魅力を感じたきっかけは、長い歴史の中で様々な創意工夫や新たな解釈が重ねられながら伝統を更新して、今に至るまで、人々の生活を豊かにし暮らしに彩を与えていると考えるからだ。どの建造物にも紐解かれるべき歴史と人の想いが込められていると思うとそれまでと同じ町でも違って見える。現代にありながら先人の偉大な足跡に触れられるものやことに、仕事でも仕事以外でも惹かれるのかもしれない。ひな人形は仕事以外で、私が似たような感動を得られる貴重な源泉だ。来年の春、これを読んだ誰かが同じような興味関心をもって雛祭りを楽しんでいただけることがあれば望外の喜びである。

なおこれら衣装に関する知識や技術は衣紋道に拠るところであり、色や素材、文様のどれ一つをとってもケースバイケースで非常に細かく定められた例外も多い。また衣紋道の背景には厳格な律令制度（位階制）が存するが、ここではひな人形を題材に、できる限り簡易で、鑑賞していて分かりやすい部分にフォーカスさせていただいた。何か不足や誤りがあれば、それは筆者の勉強不足によるものである。

(主要参考文献)

- 近藤好和 (2007) 『装束の日本史 平安貴族は何を着ていたのか』 平凡社
井筒雅風 (2015) 『風俗博物館所蔵 日本服飾史 女性編』 光村推古書院
井筒雅風 (2015) 『風俗博物館所蔵 日本服飾史 男性編』 光村推古書院
川村裕子 (2021) 『平安男子の元気な！生活』 岩波書店
八條忠基 (2021) 『日本の装束 解剖図鑑』 エクスナレッジ
八條忠基 (2019) 『有職装束大全』 平凡社
倉田実 (2015) 『ビジュアルワイド 平安大事典 図解でわかる源氏物語の世界』
朝日新聞出版
徳川美術館 (1998) 『新版徳川美術館蔵品抄② 源氏物語絵巻』 徳川美術館

(主要参考 HP)

- ひな祭り文化普及協会 <http://hina-matsuri.jp/top.php>
日本服飾史 <https://costume.iz2.or.jp>

(撮影協力)

筆者実家

(担当：研究員 清水 亜実)

私は2023年11月初旬に出張の機会をいただき、韓国の済州島を訪問した。韓国出張にあたり事前に韓国や済州島について調べるため、Instagram を使用して検索を試みた。Instagram に“韓国”や“済州島”などの検索ワードを入力すると、韓国のお土産やレストランの情報など様々な投稿が目飛び込んできた。私はいくつか投稿を確認・保存し、韓国出張へのモチベーションを整え Instagram を閉じた。その数日後、私用に Instagram を起動すると韓国関連の投稿がところ狭しと表示されていた。そこには、現地の空港の混雑状況やソウルの地下鉄でのストライキの情報など検索エンジンで“韓国”と検索するだけでは到底得られないタイムリーかつより実用的な情報が表示されていたのだ。

これは、Instagram に実装されているレコメンド機能によるものである。レコメンド機能はアカウント毎にユーザーが興味を持ちそうな投稿を表示する仕組みで、ユーザーが閲覧・いいね・コメント・保存などのアクションをとることによってスコアが加算され、各投稿とユーザーがどれだけ近いかという観点で計測するアルゴリズムとなっている。私が韓国出張にあたり、韓国関連の投稿を閲覧・保存したことによりこのアルゴリズムが反応し、より情報の深度が増した韓国にまつわる投稿が表示されるようになったわけである。そして、私はそのレコメンド機能によって取捨選択された新たな投稿にアクションすることにより、自分でも認識していない潜在的に欲している情報にアプローチしていくのである。

私はデジタルネイティブと呼ばれる世代に生まれ、小学生から携帯電話を持ち、中高生の頃から Facebook や X (旧: Twitter)、Instagram などを利用してきた。そんな私は日常的に SNS を利用し、このようなレコメンド機能によって情報を受動的に取得することが習慣化しており、自ら情報を収集するスキルが低下しているように感じる。当研究所に出向し調査研究を進める中で、有識者への聴き取りやフィールドワークのように自ら足を運んで自分の欲しい情報にアプローチしていくことの重要性を感じた。また、今回の韓国出張で済州島を訪れたが、“韓国の沖縄”と呼ばれる済州島は大勢の観光客で賑わっているのだろうと想像していたが、現地の様子は中国人観光客が疎らにいる程度で想像とは異なるものだった。漠然と抱いていたイメージとは異なる現状を目の当たりし、実際に現地へ赴き五感で感じ、体験することの価値を改めて感じた。現在、新型コロナウイルス感染症に関する社会的な状況も落ち着きつつあり、海外への渡航も可能になってきた。今後は日本国内だけでなく、世界にも目を向け、自らの身体を動かし自らの望む情報を取得できるようにしていきたい。

(担当：研究員 都築 彩音)